

Todo pasa y todo queda

Parafrasear al gran Machado es una buena manera de entender la rápida sucesión de cambios que hemos vivido en la coyuntura económico-tecnológica de los últimos años. Vivimos tiempos decididamente entretenidos. Del aburrimiento profundo de la década de los 80, teñida del escepticismo de premios Nóbel como Robert Solow – “veo ordenadores en todas partes excepto en las estadísticas de productividad” –, pasamos a una década de los 90 intensa, movida, sin pausa. Una de esas décadas en las que los profesores de las escuelas de negocios podemos hacer acopio de ejemplos y casos que nos permiten demostrar la esencia de la verdad de los principios de estrategia, marketing, recursos humanos, finanzas, etc. a la luz de un escenario diferente, al menos en su apariencia. Vivimos los principios de Internet como red de uso científico, su entrada en el mundo comercial (y la sensación de “ofensa grave” de los puristas del momento), la burbujeante época de las burbujas (más de una), la caída en desgracia de todo lo que llevase una “e” delante, y el posterior recalibrado del péndulo, en el que posiblemente nos hallemos inmersos ahora mismo. Decididamente los que hayamos pasado esta época en una posición que nos permitiese mirarlo todo con un mínimo de perspectiva, y eso nos incluye a la mayoría de los profesores de escuelas de negocios, tardaremos en olvidar una década como la de los 90.

Ahora pensemos en el futuro. ¿Qué pasa y que queda de una época tan movida? ¿A dónde se supone que vamos ahora con el bagaje de conocimientos adquiridos? Bien, desde el punto de vista económico, todo parece indicar que las cosas no vienen mal dadas, aunque para tener una opinión más fundada de esto es mejor echar un vistazo a lo que dicen mis compañeros de páginas, los sesudos economistas. En cuanto al punto de vista tecnológico, por otro lado ligado con el anterior, las cosas parecen seguir caminos diferentes en función de lugar desde donde lo preguntemos. Desde los Estados Unidos, la respuesta parece clara. Nadie se ríe de las *dot.com* caídas. Salvo excepciones notables o casos rayanos en la delincuencia común, todo el mundo ha asumido que esos casi seis centenares de empresas caídas en la vorágine de la burbuja son los pioneros, aquellos que habitualmente reciben la mayoría de los flechazos. Así, han caído por su optimismo, por su inocencia y su falta de experiencia al intentar colonizar mundos nuevos. Pero, en el camino, descubrieron nuevas reglas, nuevas formas de hacer las cosas, que aunque a ellas no les sirvieron para evitar su muerte, a otras les puede servir de mucho. De mucho más que el fácil “estaban equivocadas”. Hemos visto aparecer nuevas formas de obtener ingresos, de desarrollar marcas, de interactuar con los clientes, de tratar a los empleados y de financiar aventuras empresariales. La burbuja pasa, pero el aprendizaje queda. Napster pasa, pero la tecnología *peer-to-peer* queda. Creer que todo aquello fue un simple espejismo, una “vida loca”, un “acné juvenil”, denota una miopía absoluta, una falta de perspectiva que merecería acabar en la quiebra por exceso de conservadurismo.

En Europa, en cambio, tengo serias dudas de hacia donde vamos. No veo esa euforia, ese aprovechamiento de las ideas generadas que sí veo al otro lado del charco. Y me preocupa, porque me hace pensar que el desfase que viví cuando cambié de un continente a otro hace ya casi seis años sigue ahí, tal vez incluso mayor. Para muestras, vayamos al sector que queramos. Mientras un fenómeno como, por ejemplo, los *e-marketplaces*, ha

penetrado en USA en la práctica totalidad de las industrias, aquí en Europa tuvimos cientos de anuncios de prensa, pero poco más. Aún estamos pensando si serán una rosa, serán un clavel o si en el mes de Mayo te lo diré. Muchas empresas aún no se han dado cuenta de que, mucho más allá del dinero que generen los *e-marketplaces* por su actividad, que será necesariamente poco, están los innumerables beneficios para las empresas participantes, que es donde sí veremos dinero, y en abundancia. Y lo peor es que si no nos damos cuenta y no actuamos, mantendremos un desfase notable en eficiencia con las empresas de otros lugares del mundo que sí lo hagan. Y lo que en cierta época fueron desfases de equipamiento en los hogares, de penetración de Internet en la población o de empresas vendiendo sus productos por Internet, se trasladará a desfases más serios, de los que de verdad afectan al PIB de las naciones.

Una vez acabadas las burbujas variadas, hemos llegado al momento de la verdad. Aquellas fueron el precalentamiento, la pretemporada, y ahora hay que salir al campo y jugar el partido. Y si no nos espabilamos, podemos acabar jugándolo en la liga equivocada.

Enrique Dans, Profesor y Director de Área de Sistemas y Tecnologías de Información, y Doctor (Ph.D.) por UCLA